

As ouvidorias virtuais em instituições de ensino superior brasileiras

Virtual listening service in Brazilian higher education institutions

Las defensorías virtuales en las instituciones de enseñanza superior brasileñas

Cleusa Maria Andrade Scroferneker

- Doutora em Ciências da Comunicação pela Escola de Comunicação e Artes da Universidade de São Paulo (ECA-USP)
- Mestre em Planejamento Urbano e Regional pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS)
- Graduada em Comunicação Social pela Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (PUC-RS)
- Bacharel e licenciada em Geografia pela UFRGS
- Professora titular do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e do Curso de Comunicação Social da Faculdade de Comunicação Social da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (Famecos/PUC-RS)
- Coordenadora do Setor de Iniciação Científica da Coordenadoria de Pesquisa/Pró-Reitoria de Pesquisa e Pós-Graduação da PUC-RS.
- Coordenadora (2007-2010) do Grupo de Pesquisa e do ex-Núcleo de Pesquisa de Relações Públicas e Comunicação Organizacional, da Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação (Intercom)
- Coordenadora, desde 2002, do GT de Comunicação Organizacional, do Seminário Internacional de Comunicação – Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Famecos/PUC-RS
- Coordenadora (2007-2010) do GT de Processos, Políticas e Estratégias de Comunicação Organizacional, da Associação Brasileira de Pesquisadores de Comunicação Organizacional e de Relações Públicas (Abrapcorp)
- scrofer@puccrs.br; cscrofer@gmail.com

Resumo

Este texto apresenta os resultados das duas primeiras fases da pesquisa desenvolvida sobre as diferentes modalidades propostas pelas universidades para ouvir (e interagir) virtualmente com os seus diferentes segmentos de públicos, especificamente aquelas identificadas como fale-conosco, contato, contatos e/ou ouvidoria. O interesse em investigar esse novo "ouvir", chamado de "ouvidoria virtual" no projeto, se deve à constatação de que atualmente essas novas formas de interatividade, cada vez mais presentes nos *sites*/portais das universidades, se constituem em uma das principais opções de relacionamento e comunicação, "virtualizando" o falar e o ouvir.

PALAVRAS-CHAVE: OUVIDORIAS • OUVIDORIAS VIRTUAIS • COMUNICAÇÃO ORGANIZACIONAL • INSTITUIÇÕES DE ENSINO SUPERIOR • AVALIAÇÃO INSTITUCIONAL

Abstract

This text presents the results of the first two phases of a research on the different ways proposed by universities to listen "virtually" to (and interact with) distinct public segments, particularly the ones identified as Talk to us, Contact, Contacts and/or Listener's office. The interest in investigating this new "listening", named in the project as virtual "listener's office", is due to the realization that at present these new types of "interactivity", which more and more are seen on university sites/portals, are one of the main options for relationship and communication, by "virtualizing" speaking and listening.

KEYWORDS: LISTENER'S OFFICE • VIRTUAL LISTENER • ORGANIZATIONAL COMUNUCATION • UNIVERSITIES • INSTITUTIONAL ASSESSMENT.

Resumen

Este texto presenta los resultados de las dos primeras fases de la investigación desarrollada sobre las distintas modalidades ofrecidas por las universidades para escuchar (e interactuar) virtualmente con sus distintos segmentos de públicos, específicamente las identificadas como "hable con nosotros", contacto, contactos y/o defensoría. El interés en estudiar esa nueva manera de "escuchar", denominada en el proyecto "defensoría virtual" se debe a la constatación de que actualmente estas nuevas formas de interactividad, cada vez más presentes en los portales de las universidades, se convierten en una de las principales opciones de relación y comunicación, "virtualizando" el hablar y el escuchar.

PALABRAS CLAVE: DEFENSORÍA • DEFENSORÍA VIRTUAL • COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL • INSTITUCIONES DE ENSEÑANZA SUPERIOR • EVALUACIÓN INSTITUCIONAL

Nosso interesse em pesquisar sobre ouvidorias virtuais em instituições de ensino superior (IES)¹ decorreu inicialmente da constatação de que esse novo *ouvir*, denominado no projeto “ouvidoria virtual,” é uma forma de *interatividade* cada vez mais presentes nos *sites*/portais² das universidades e se constitui em uma das principais opções de relacionamento e comunicação, *virtualizando* o falar e o ouvir. Além disso, a ouvidoria é um dos canais de comunicação avaliados na Dimensão 4 – comunicação com a sociedade – da avaliação institucional proposta pelo Sistema Nacional de Avaliação da Educação Superior (Sinaes) (ME, 2004, p. 4). Esse sistema, que instituiu

de forma integrada a avaliação das instituições, dos cursos e do desempenho dos estudantes, estabeleceu que a avaliação das instituições considerará necessariamente as dez dimensões³ definidas em lei e compreenderá dois momentos: a autoavaliação e avaliação externa (HADDAD, 2005, p. 5).

A autoavaliação (INEP, 2004, p. 6) é entendida “como um processo contínuo por meio do qual uma instituição constrói sua própria realidade, buscando compreender os significados do conjunto de suas atividades para melhorar a qualidade educativa e alcançar maior relevância social”. A avaliação externa, por sua vez, é realizada “por meio de visitas de comissões de especialistas às instituições” (INEP, 2004, p. 9), tendo

como referência os padrões de qualidade para a educação superior expressos nos instrumentos de avaliação e os relatórios das autoavaliações. O processo de avaliação externa independentemente de sua abordagem se orienta por uma visão multidimensional que busca integrar suas naturezas formativa e de regulação numa perspectiva de globalidade (INEP, 2009).

Especificamente, no que se refere à dimensão 4 – comunicação com a sociedade – o grupo de indicadores que se constituem em balizadores para a autoavaliação consideram “estratégias, recursos e qualidade da comunicação interna e “imagem pública da instituição nos meios de comunicação social” (INEP, 2004). Para a avaliação externa são considerados como indicadores “coerência das ações de comunicação com a sociedade com as políticas constantes dos documentos oficiais, comunicação interna e a comunicação externa e a *ouvidoria*” (INEP, 2008) (grifo nosso).

1 Atualmente, Instituições de Educação Superior.

2 O termo *site* designa um ‘local virtual’, ou seja, um conjunto de páginas virtualmente localizado em algum ponto da web (DICTIONARY.COM, 2008). Os portais, por sua vez, podem ser entendidos como *sites* da internet que funcionam como centros aglomeradores de outros *sites* e de seus conteúdos.

3 Para informações sobre as dez dimensões, acessar o *site* <www.inep.gov.br/superior/avaliacao_institucional>.

A PESQUISA E SEUS DESDOBRAMENTOS

A pesquisa, iniciada em 2007⁴, tem como objetivo principal a construção de modelos de ouvidorias virtuais que atuem efetivamente como espaços de interlocução, de diálogo e relacionamento e a discussão sobre o *lugar* (grifo nosso) das ouvidorias virtuais das instituições de educação superior. Objetiva, igualmente, desenvolver um banco de dados analíticos – a partir das mensagens recebidas pela ouvidoria virtual –, os quais, armazenadas no banco de dados operacional, possibilitem uma série de consultas a serem utilizadas pelos gestores em tomadas de decisão⁵.

É importante destacar que ouvidorias virtuais⁶ compreendem, sob a perspectiva do projeto, todas as modalidades disponibilizadas nos *sites*/portais das instituições de educação superior para interagirem virtualmente com seus públicos. Normalmente, são identificadas como fale-conosco, contato, contatos e/ou ouvidoria.

O texto apresenta os resultados das duas primeiras fases da pesquisa. Na primeira fase⁷ procedeu-se a uma revisão sobre o tema e suas *interfaces*, visando à construção de uma base teórica, e a adoção de um referencial tecnológico. Com base nessa revisão, elaborou-se um instrumento de pesquisa para a realização de um pré-teste com vistas à revisão e validação tanto do questionário como do procedimento de exploração dos recursos da web. Também nessa fase foi construído o *site* para a divulgação dos resultados do projeto. Para a seleção das instituições foi consultado o cadastro de filiados ao Conselho de Reitores de Universidades Brasileiras (Crub) e à Associação Brasileira de Ouvidores/Ombudsman (ABO). A pesquisa envolveu instituições federais, estaduais, privadas e comunitárias. Na segunda fase⁸ os *sites*/portais foram revisitados e reavaliados considerando, além das denominações utilizadas pelas instituições de ensino, a acessibilidade à ouvidoria virtual.

Em relação ao método, a pesquisa está ancorada no paradigma da complexidade, de Edgar Morin. Essa opção deve-se fundamentalmente ao fato de que, segundo Morin (2006, p. 77), “o paradigma complexo resultará do conjunto de novas concepções, de novas visões, de novas descobertas e de novas reflexões que vão se acordar, se reunir”.

4 O projeto conta com o apoio do CNPq (Bolsa de Pesquisa e Edital de Ciências Sociais Aplicadas), com previsão de conclusão em 2012.

5 O projeto é uma parceria com o pesquisador Prof. Duncan Dubugras Alcoba Ruiz, do Programa de Ciências da Computação da Faculdade de Informática da PUC-RS.

6 Termo criado pela pesquisadora em 2005.

7 Diego Wander da Silva e Grazielle M. Mazzuco foram os bolsistas de Iniciação Científica no ano 2007. Em 2008, com a renovação do projeto, Diego continuou atuando no projeto e Grazielle foi substituída por Bruno Winiemko Vollino.

8 Larissa Lofrano Souza e Deivid Paz Cardoso são os bolsistas Pibic/CNPq da segunda fase do projeto.

Quanto à metodologia, trata-se de uma pesquisa exploratória (GIL, 1999), desenvolvida por meio de técnicas de levantamento bibliográfico e de pesquisa de campo – envio de questionário com questões abertas, realização de entrevistas em profundidade (DUARTE, 2005) e exploração dos recursos disponibilizados na web. A pesquisa exploratória se justifica, pois é “desenvolvida com o objetivo de proporcionar uma visão geral, do tipo aproximativo sobre determinado fato. [...] É realizada especialmente quando o tema escolhido é pouco explorado e torna-se difícil sobre ele formular hipótese precisa e operacional” (GIL, 1999, p. 43).

Para melhor compreensão dos resultados, optou-se por apresentá-los considerando as fases da pesquisa.

PRIMEIRA FASE DA PESQUISA – 2007-2008

Inicialmente, foram mapeadas as instituições de ensino superior, públicas e privadas, e definidos os critérios para a seleção da amostra (Tabela 1): organização acadêmica, credenciamento na Associação Brasileira de Ouvidores/Ombudsman (ABO) (2007) e/ou no Conselho de Reitores das Universidades Brasileiras (CRUB) (2007), além do perfil tecnológico, via licenciamento pelo Ministério da Educação, para ministrar educação a distância. Aplicados os três critérios, constituiu-se uma amostra com 69 universidades.

Tabela 1 – Processo de aplicação dos critérios para a constituição da amostra

Regiões	IES do Brasil caracterizadas como universidades		Universidades cadastradas no Crub e/ou na ABO		Universidades cadastradas no Crub e/ou na ABO, licenciadas para ministrar EAD	
	Nº	%	Nº	%	Nº	%
Centro-Oeste	14	7,87	12	8,45	8	11,59
Nordeste	33	18,54	26	18,31	15	21,74
Norte	13	7,3	6	4,23	2	2,9
Sudeste	79	44,38	65	45,77	28	40,58
Sul	39	21,91	33	23,24	16	23,19
Total	178	100	142	100	69	100

Fonte: Elaborada pelos bolsistas Diego Wander da Silva e Grazielle Mazuco, do Praias⁹, com base em dados de 2007 dos sites do Ministério da Educação, do Crub e da ABO.

9 O Programa de Apoio de Integração entre Áreas (Praias) faz parte do Programa de Bolsas de Iniciação Científica (BPA) subsidiado pela PUC-RS.

Em maio de 2007, procedeu-se à análise de 68 *sites*/portais institucionais¹⁰ que possuíam a modalidade comunicacional, identificadas por expressões-chave como fale conosco, ouvidoria, contatos, contato, além de nomenclaturas equivalentes.

Constatou-se que 59 instituições (85,51% da amostra) possuíam ouvidorias virtuais, enquanto 14,49% não as apresentavam em seus *sites*/portais. Em uma nova análise, um mês depois, constatou-se a adesão, a esse grupo, de duas universidades .

No levantamento realizado referente à terminologia adotada, observou-se a predominância de quatro termos (Tabela 2): ouvidoria, fale conosco, contato e contatos¹¹.

Tabela 2 – Termos predominantemente utilizados pelas IES em suas ouvidorias virtuais¹²

Termos utilizados	Quantidade	
	Nº	%
Fale conosco	33	48,53
Ouvidoria	24	35,29
Contato	10	14,71
Contatos	2	2,94
Outros	9	13,24

Fonte: Elaborada pelos bolsistas Diego Wander da Silva, e Grazielle M. Mazuco, com base no levantamento realizado.

Além dessas expressões, foram encontrados outros termos (Quadro 1).

Quadro 1 – Alguns outros termos utilizados

Fale com a ouvidoria	Comunique-se com a ouvidoria
Reitor <i>on-line</i>	SAC
Fale com o chanceler	Contato - Fale conosco
Fala, aluno!	Dúvidas, sugestões, reclamações...

Fonte: Elaborado pelos bolsistas Diego Wander da Silva e Grazielle M. Mazuco, com base no levantamento realizado.

10 O portal de uma universidade estava indisponível em 05/07/2007.

11 Algumas universidades utilizam mais de uma expressão para esse canal de interação virtual, o que explica por que o número de termos é maior do que o número das universidades pesquisadas.

12 Expressões semelhantes foram consideradas. Por exemplo: Fale com a PUC foi considerada como Fale conosco, pela semelhança na abordagem.

Constatou-se igualmente, a falta de critérios de padronização quanto à nomenclatura dessas novas formas de interatividade virtual, com expressões pouco reveladoras do que se propõem e a inadequação dos serviços disponibilizados, uma vez que os recursos tecnológicos não são totalmente explorados.

Apesar dessas constatações iniciais, os percentuais indicaram que as ouvidorias virtuais, em suas diferentes modalidades e nomenclaturas, especialmente do Fale conosco estavam definitivamente incorporadas aos *sites*/portais das universidades.

Com o intuito de testar a efetividade da ouvidoria virtual das instituições de ensino superior selecionadas foi enviada mensagem¹³ a 55 universidades, contendo quatro perguntas básicas sobre determinado curso de graduação, utilizando-se os formulários eletrônicos ou o e.mail disponibilizados nas *home-pages*. Dessas, 28 (50,91%) acusaram o recebimento da mensagem, incluindo-se respostas automáticas (padronizadas) e/ou encaminhamentos para o setor correspondente à solicitação, não respondidos mais tarde. É importante ressaltar que, das 58 que acusaram o recebimento da mensagem, as perguntas foram totalmente respondidas por 09 e parcialmente por 02, com indicação do *site* e/ou telefone para mais detalhes; 17 apenas indicaram um *site* e/ou telefone para contato. Observou-se a inadequação dos serviços disponibilizados, uma vez que sequer o processo básico de troca de mensagens foi satisfatório.

Após o mapeamento das instituições de ensino superior para definição da amostra, a identificação das principais nomenclaturas utilizadas por elas e o teste da efetividade das ouvidorias virtuais, foi criado o *site* do projeto e procedeu-se a uma breve revisão sobre a trajetória das ouvidorias universitárias, especialmente no Brasil.

O *site* do projeto

Para melhor visualização dos resultados da pesquisa e com o objetivo de proporcionar espaços de reflexão sobre o objeto em estudo, desenvolveu-se o *site* www.inf.pucrs.br/~ouvir (Figura 1), que contém informações sobre o projeto, bem como o andamento das atividades e as conclusões parciais.

13 “Estou desenvolvendo um trabalho acadêmico sobre os cursos de Comunicação Social no Brasil e gostaria de obter informação a respeito do curso dessa universidade no que se refere a: a) habilitações disponíveis; b) turno (s) das aulas; c) número de vagas disponíveis em cada habilitação; d) data de abertura das inscrições para o próximo vestibular.”

Figura 1 – Site do projeto



Fonte: <www.inf.pucrs.br/~ouvir>

O logo do projeto representa o processo de uma ouvidoria, inserida em um contexto globalizado, correspondendo a seta vermelha aos usuários de uma ouvidoria e a azul, ao ouvidor, na busca da interação.

Para a escolha das cores do logo, recorreu-se à bibliografia específica sobre o tema, que destaca as implicações das cores no sistema límbico (TISKI-FRANCKOWIAK, 2000). Nos tons de vermelho estão representadas as características de dinamismo, força, ação, alegria comunicação e extroversão. Segundo Farina (2002, p. 113), o vermelho “simboliza uma cor de aproximação, de encontro”, enquanto o azul sugere características de intelectualidade, paz, serenidade, confiança, fidelidade, sentimento profundo. Portanto, a escolha das cores materializa a intenção de que uma ouvidoria busque aproximar os diferentes públicos – usuário e/ou interagente, no dizer de Primo (2007), da ouvidoria virtual e ouvidor –, destacando os conceitos de movimento, dinamismo e confiabilidade do canal virtual, além de instigar e estimular a manifestação do usuário.

As ouvidorias universitárias

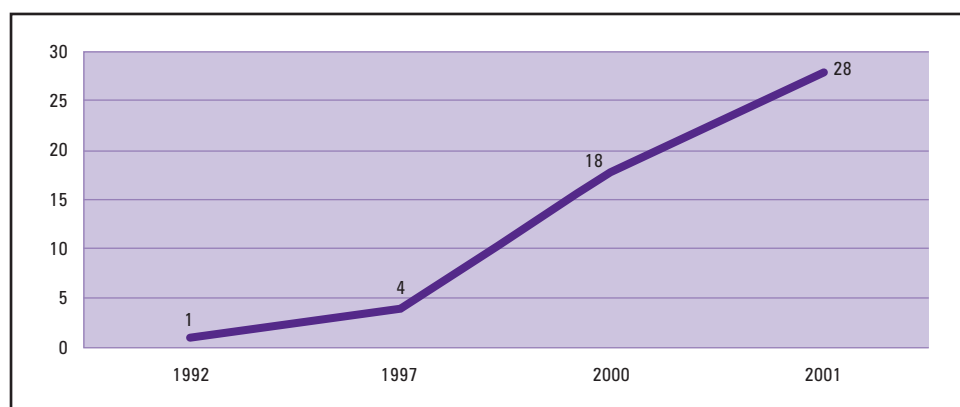
No contexto universitário internacional, as primeiras ouvidorias surgiram no Canadá, em 1965 (Universidade Simon Fraser), e nos Estados Unidos, em 1967 (Universidade de Nova York e Universidade de Berkeley). Na América do Sul, o pioneirismo pertence à Universidade Autônoma do México (Unam), com a implantação da ouvidoria em 1985. Posteriormente, universidades europeias – especialmente na Espanha – criaram suas ouvidorias (LYRA, 2008).

Em instituições de ensino superior brasileiras, a primeira ouvidoria foi implantada em 1992, na Universidade Federal do Espírito Santo (Ufes), sendo que, até

1997, eram apenas quatro as ouvidorias universitárias existentes em todas as instituições do País (FNOU, 2008). De acordo com o Fórum Nacional de Ouvidores Universitários, o aumento foi significativo até o ano 2000, passando a existir dezoito ouvidorias. Em 2001, elas chegaram a 28 (FNOU, 2008).

O Gráfico 1 ilustra o aumento significativo das ouvidorias no contexto universitário. Lyra (2008, p. 4) observa – baseado em seus cálculos – que, “de 1992 até 1997, sua expansão foi lenta e pouco expressiva: de uma para quatro. Porém, no espaço de dois anos e meio, esse número saltou para dezenove. Ou seja, nesse curto período, houve um crescimento de 375%”.

Gráfico 1 – Implantação de ouvidorias universitárias entre 1992 e 2001



Fonte: Elaborado pelo bolsista Diego Wander da Silva, do Praias 2007/2008, com base nos dados disponibilizados pelo FNOU (2008)

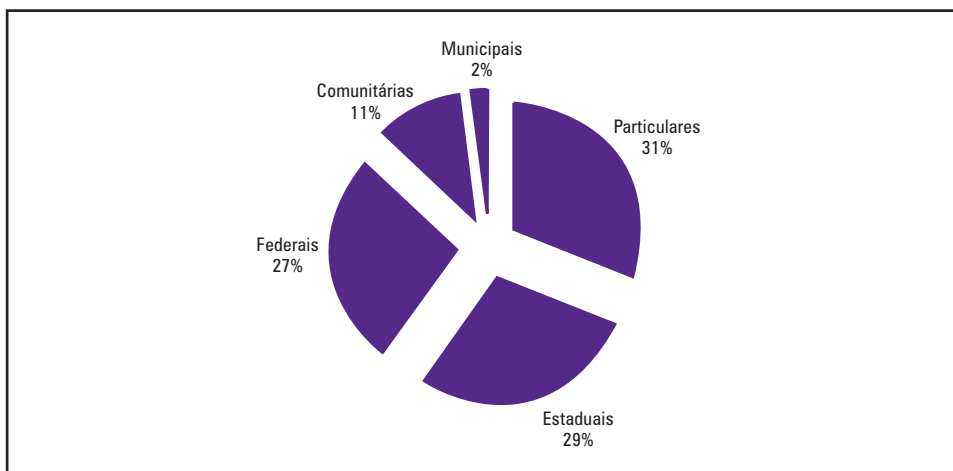
Uma das possíveis causas do crescimento expressivo em 2000 foi a criação do Fórum Nacional de Ouvidores Universitários¹⁴ (FNOU), em 1999, durante o I Encontro Nacional de Ouvidorias Universitárias, realizado em João Pessoa, na Paraíba. Uma de suas funções é a “divulgação do instituto da ouvidoria, oferecendo informações e apoio às instituições universitárias que demonstram interesse em instalar suas próprias ouvidorias” (FNOU, 2008)¹⁵. Constitui-se em um órgão aglutinador de ouvidores universitários que, por meio de encontros, discutem diferentes realidades, refletem e buscam o aprimoramento de suas atuações.

Em 2008, havia 48 instituições de ensino cadastradas no FNOU, classificadas em particulares (31%), estaduais (29%), federais (27%), comunitárias (11%) e municipais (2%), conforme Gráfico 2.

14 Ver o site www.unisc.br/fnou.

15 Informação disponível na homepage do site do Fórum dos Ouvidores Universitários (FNOU): www.unisc.br/fnou.

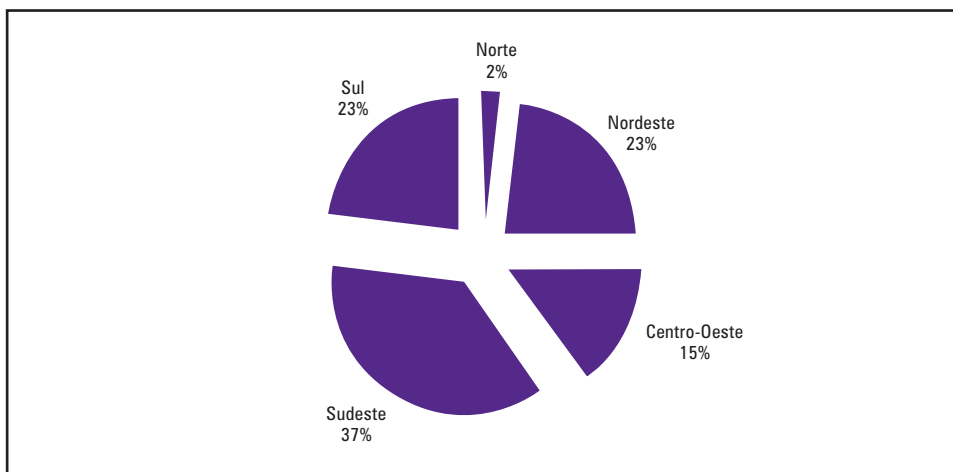
Gráfico 2 – Classificação das universidades integrantes do FNOU com ouvidorias – 2008



Fonte: Elaborado pelo bolsista Diego Wander da Silva, do Praias 2007/2008, com base no FNOU (2008).

Quanto à distribuição geográfica das ouvidorias (Gráfico 3) e, conseqüentemente, das instituições de ensino superior, o Sudeste representava a maior fatia quando comparada às demais macrorregiões brasileiras. Já a região Sul ocupava o segundo lugar nessa segmentação, com o mesmo número de ouvidores da região Nordeste (23%). O Estado de São Paulo possuía o maior número de ouvidores, seguido de Santa Catarina e Rio de Janeiro, possivelmente pelo papel que ouvidores desses estados desempenhavam no FNOU.

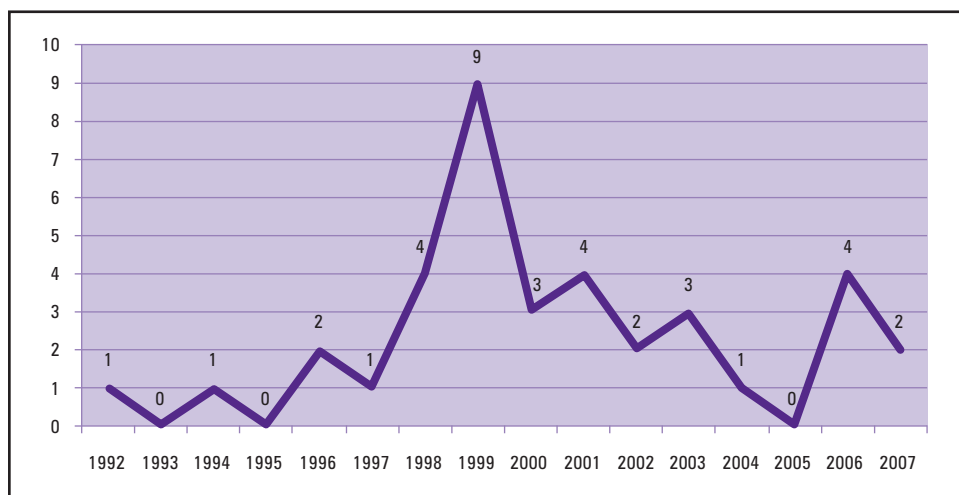
Gráfico 3 - Ouvidorias universitárias integrantes do FNOU, por região



Fonte: Elaborado pelo bolsista Diego Wander da Silva, do Praias 2007/2008, com base no FNOU (2008).

Das 48 instituições de ensino cadastradas, 37 explicitavam o ano de instalação de suas ouvidorias (Gráfico 4).

Gráfico 4 - Ano de instalação das ouvidorias integrantes do FNOU



Fonte: Elaborado pelo bolsista Diego Wander da Silva, do Praias 2007/2008, com base no FNOU (2008)

No que se refere ao ano de criação e implantação das ouvidorias, 1999 representou um marco no Brasil, considerando-se o período compreendido entre 1997 e 2000.

O ouvidor universitário

De acordo com Lyra (2008), o ouvidor [universitário], na maioria das vezes, assume o papel de agente de mudanças estruturais na instituição de ensino na qual atua. O autor acrescenta que a criação/instalação de uma ouvidoria pressupõe a busca por “mecanismos efetivos de controle da sociedade sobre a universidade, única forma de elevar a um patamar superior a democracia universitária”. Sob essa ótica, para o FNOU (2008)¹⁶.

quando uma universidade cria sua ouvidoria, vai ao encontro dos anseios da sociedade por mecanismos de controle social que contribuam para o fortalecimento da democracia, buscando a abertura à participação de seus alunos, docentes e técnicos, assim como da comunidade em que está inserida.

Vilanova (1996, p. 1), referindo-se ao contexto universitário, destaca:

¹⁶ Informação disponível na homepage do site do Fórum de Ouvidores Universitários: www.unisc.br/fnou.

O ombudsman deve ser uma pessoa reconhecidamente íntegra, justa, apartidária, serena na sua capacidade de resolver problemas, com boa facilidade no lidar com o público, capaz de ouvir e de defender a parte sem tornar-se inimigo da instituição. Precisa fundamentalmente de gozar de credibilidade junto aos que vai representar e do apoio e respeito da instituição, que deverá ser um aliado na busca do aperfeiçoamento da gestão administrativa e acadêmica.

No âmbito da universidade, Lyra (2008, p. 5) citando Dallari (1993), afirma que o ouvidor “deve ter como função primordial o controle do mérito, da oportunidade, da conveniência da prestação do serviço público”. Ainda segundo o autor,

a atividade própria do ouvidor, a de auscultar os problemas que dizem respeito ao cotidiano da Universidade, credencia-o a agir como um crítico interno, que a partir das demandas que lhe são encaminhadas, monta uma verdadeira radiografia da instituição. Com estes dados elabora pareceres sobre as necessidades de mudanças nos seus procedimentos e normas, objetivando o aperfeiçoamento do desempenho e dos relacionamentos institucionais (VILANOVA, 1997, apud LYRA, 2008, p. 5).

Segundo Cardoso (2008, p. 61), “ser ouvidor implica reunir habilidades e capacitações múltiplas. Não dá para improvisar, principalmente em organizações mais complexas” como a universidade.

Para Viana Júnior (2008, p. 2), “ouvidoria-geral numa instituição de ensino superior (IES) tem como objetivo a identificação e solução de possíveis problemas existentes”, constituindo-se em “uma nova alternativa para estudantes, professores, colaboradores e a comunidade expressarem seus anseios, insatisfações, sugestões e elogios, tanto ao corpo acadêmico como ao corpo funcional e diretivo”.

Contudo, o fato de se constituir em uma ouvidoria não significa que ela atue como tal¹⁷. Para LYRA (2008, p.5),

a ouvidoria constitui-se, em suma, no fato gerador de um novo estilo e de uma nova *práxis* administrativa, graças à transparência e ao salto de qualidade que pode alcançar a gestão dos negócios públicos, quando tonificada pela intervenção consciente e construtiva da cidadania.

Acredita-se que a inserção da ouvidoria no grupo de indicadores a serem avaliados pelo Sinaes na dimensão 4, venha a exigir das instituições uma nova postura em relação a esse canal privilegiado de transparência da admi-

17 O Fórum Nacional de Ouvidores Universitários (FNOU, 2008) contava em 2008 com 49 instituições de ensino superior associadas, sendo quinze de instituições particulares, cinco de instituições comunitárias, treze federais, quinze estaduais e uma municipal. Em março de 2010, eram 53 instituições filiadas, sendo 17 particulares, cinco comunitárias, quinze federais e uma municipal (FNOU, 2010).

nistração, por constituir-se, também, em um espaço de interlocução, de interação mútua (PRIMO, 2007), possibilitando a mediação/aproximação com seus diferentes públicos.

Para o Sinaes (2008, p. 25), a ouvidoria tem como função “receber, encaminhar e responder ao cidadão/usuário suas demandas; fortalecer a cidadania ao permitir a participação do cidadão; e garantir ao cidadão o direito à informação”.

Cabe ao ouvidor universitário, portanto, “através das sugestões e críticas formuladas por integrantes da comunidade universitária, ou da própria sociedade, torná-las verdadeiras cogestoras da administração universitária” ([LYRA, 2008]). De acordo com Pinto (1998, p. 58), “no campo educacional, o ombudsman auxilia na interação da comunidade universitária com a sociedade”. A autora elenca uma série de atribuições do ombudsman universitário, destacando que “sua ação é ainda preventiva, uma vez que soluciona problemas antes de tomarem proporções coletivas que exigiriam medidas mais extremadas”. Assim, a função de um ouvidor necessita estar atrelada à (e identificada com a) gestão universitária, de forma que efetivamente seja uma figura decisiva e influente para a tomada de decisão e correção de problemas identificados e recorrentes.

Para o Sinaes (2008, p.25), o ouvidor tem como função

estabelecer canais de comunicação de forma aberta, transparente e objetiva, procurando sempre facilitar e agilizar as informações; agir com transparência, integridade e respeito; atuar com agilidade e precisão; exercer suas atividades com independência e autonomia, buscando a desburocratização; e fomentar a participação do cidadão no controle e [na] decisão dos atos praticados pelo gestor público.

Embora, na perspectiva do Sinaes, as funções da ouvidoria e do ouvidor de certa forma se vinculem predominantemente às instituições públicas e, no caso, às de ensino superior¹⁸, entende-se que necessitam estarem presentes, também, em instituições privadas de ensino superior.

SEGUNDA FASE DA PESQUISA – 2009

Nessa etapa da pesquisa os *sites*/portais das 69 instituições de ensino superior selecionadas, como já destacado, foram revisitados e reavaliados considerando-se, além das denominações utilizadas por elas, a acessibilidade à ouvidoria virtual.

Em relação às nomenclaturas, observou-se uma alteração significativa (Tabela 3), ou seja, a expressão ouvidoria passou a ser a denominação mais utilizada em

18 No item “quem é o ouvidor?”, a resposta é: “um servidor público facilitador das relações entre o cidadão e a instituição pública” (SINAES, 2008, p. 25).

49% das instituições pesquisadas, seguida por fale conosco (35%) e contato/contatos (11%). Também merece destaque a emergência de uma nova expressão: ouvidoria eletrônica, que se acredita tratar-se de uma expressão cunhada pelas instituições para distinguir a ouvidoria presencial da ouvidoria na web.

Tabela 3 – Termos predominantemente utilizados pelas IES em suas ouvidorias virtuais – 2009

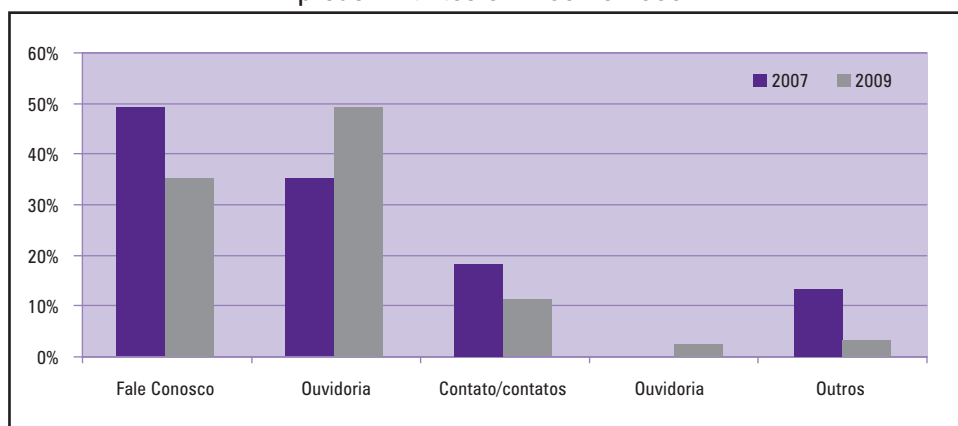
Termos utilizados	Quantidade	
	Nº	%
Ouvidoria	32	49,23
Fale conosco	23	35,38
Contato/Contatos	7	10,77
Outros	2	3,08
Ouvidoria eletrônica	1	1,54

Fonte: Elaborada pelo bolsista Deivid Paz Cardoso, do projeto Pibic/CNPq 2009/2010

Em 2007, quando do início da pesquisa, predominavam nos *sites*/portais das instituições selecionadas as expressões fale conosco (49%), ouvidoria (35%) e contato/contatos (18%). É provável que a exigência do Sinaes no que se refere à presença da ouvidoria, bem como de sua avaliação tenha contribuído para a utilização dessa denominação, inclusive na web.

Para melhor visualização da adoção/transição das nomenclaturas e denominações, foi elaborado o Gráfico 5.

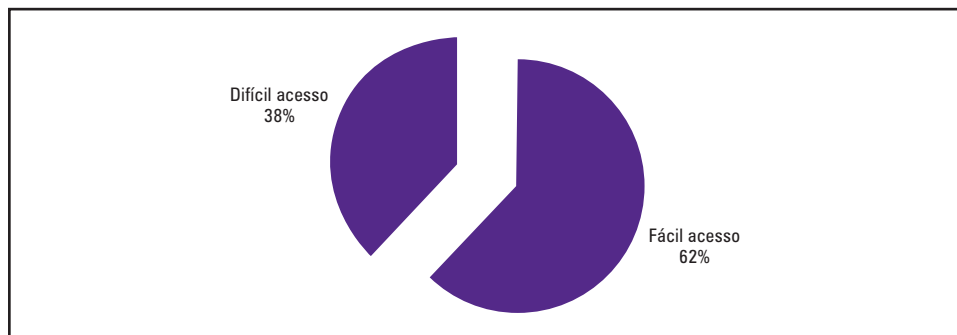
Gráfico 5 – Comparativo entre as nomenclaturas predominantes em 2007 e 2009



Fonte: Elaborado pelo bolsista Deivid Paz Cardoso, do Projeto Pibic/CNPq 2009/2010

Em relação à acessibilidade, constatou-se que nos *sites*/portais de 62% das instituições avaliadas, há facilidade para acessar o *link* da ouvidoria virtual. Entende-se por fácil acesso a rápida identificação/localização do *link*, seja ele identificado como ouvidoria, fale conosco, contato/contatos.

Gráfico 6 – Acessibilidade à ouvidoria virtual das IES – 2009



Fonte: Elaborado pelo bolsista Deivid Paz Cardoso, do Projeto Pibic/CNPq 2009/2010, com base na pesquisa

É importante enfatizar que há uma estreita ligação entre acessibilidade e navegabilidade. Para Nielsen e Tahir (2002, p. 19),

Como o objetivo principal de uma *homepage* é facilitar a navegação em todo o lugar do *site*, é fundamental que os usuários consigam encontrar sem muito trabalho a área de navegação adequada, distinguir as opções e ter uma noção do que existe por trás dos *links*.

Para referendar a afirmação são apresentados dois exemplos:

Figura 2 – Portal da Universidade de Ijuí (Unijuí)



Fonte: Portal da Unijuí – 2009

Figura 3 – Portal da Universidade Federal de Mato Grosso do Sul (UFMS)



Fonte: Portal da UFMS – 2009

No caso da Unijuí, observa-se que, ao acessar o portal da universidade, o link da ouvidoria está visível e se configura como de fácil acesso, disponibilizado na barra de links à esquerda. No caso da Universidade Federal do Mato Grosso de Sul, o link da ouvidoria encontra-se ao final da página à direita, inserido no segmento Sites institucionais. Cabe ressaltar que, apesar dessa dificuldade e da não-visibility imediata, a ouvidoria da UFMS se constitui, em um dos melhores exemplos de modelo de ouvidoria virtual, entre as universidades brasileiras, pois disponibiliza uma série de informações sobre a própria ouvidoria e o ouvidor.

OUVIDORIA VIRTUAL: LUGAR OU NÃO-LUGAR

Como já destacado em artigo anterior (SCROFERNEKER, 2008), a rápida evolução das novas tecnologias – no caso específico, da internet – “virtualizou e renomeou” a ouvidoria. No caso das instituições de educação superior que a

tem disponibilizado em seus portais e *sites*, esse canal – esse espaço de diálogo – necessita ser pensado, planejado e, principalmente, avaliado por meio de procedimentos com rigor metodológico e técnico.

A ouvidoria virtual nas universidades, por natureza, pode ser considerada também um sistema de informação, que interage com o ambiente por meio de um canal de comunicação. Porém, é fundamental que possa constituir-se, igualmente, em um espaço de interlocução, de diálogo e relacionamento, assumido um *lugar*¹⁹ na instituição.

O termo *lugar* utilizado no projeto pressupõe duas dimensões: uma que se refere à vinculação administrativa da ouvidoria; e a outra, ao *lugar* que assume na (e para) a instituição de educação superior. Para Augé (1994, p. 74), “o lugar se completa pela fala, a troca alusiva de algumas senhas, na convivência e na intimidade cúmplice dos locutores”, e pode ser “definido como identitário, relacional e histórico”. Tal concepção torna-se fundamental quando se constata que, geralmente, a ouvidoria nas instituições de educação superior deixa de ser um “lugar”, para ser apenas mais um local [uma sala, um setor] que, em função da avaliação institucional, necessita estar “constituído e estabelecido”. No espaço virtual, o que significa ter *lugar*? Será a ouvidoria virtual um não-lugar?

Concorda-se com Augé (1994, p. 74), quando afirma que “um espaço que não se pode definir como identitário, nem como relacional, nem como histórico, é um não-lugar”. Para o autor, o não-lugar pode ser designado por “realidades complementares, porém distintas: espaços constituídos em relação a certos fins [...] e a relação que os indivíduos mantêm com esses espaços” (AUGÉ, 1994, p. 87). A falta de clareza do *lugar* da ouvidoria virtual, de certa forma, revela o desconhecimento de que “a comunicação *on-line* traz responsabilidades para aqueles que se dispõem a praticá-la” (BUENO, 2003, p. 58). Quando da criação de uma ouvidoria virtual, é fundamental que ela esteja atrelada à política de comunicação da instituição e que efetivamente tenha e se constitua em um “lugar”. Implantar uma ouvidoria virtual por modismo e/ou por uma exigência “legal” pode se revelar um equívoco.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Considera-se que o *lugar* e/ou o *não-lugar* da ouvidoria virtual (e do próprio ouvidor) refletem a (in)compreensão da organização sobre a (im)possibilidade de ela se constituir em espaço interativo nos ambientes organizacionais cada vez mais virtualizados (e, às vezes, tão desumanizados). No caso específico das universidades, é preciso considerar que a ouvidoria virtual necessita cumprir efetivamente o seu papel de ouvidoria, especialmente quando assim denominada.

19 Utilizamos o tipo itálico para o termo *lugar*, a fim de destacá-lo em função do significado a ele atribuído no projeto.

Para Barichello (2009, p. 346), “as tecnologias digitais possibilitam o aumento das proposições do público, pois não se trata apenas de um sujeito receptor, mas também de um sujeito capaz de construir seus próprios espaços de interação”.

Acredita-se que em uma das definições de interatividade proposta por Santaella (2004, p. 154), de que “a interação é a atividade de conversar com outras pessoas e entendê-las”, permite compreender e (re)dimensionar o *lugar* da ouvidoria virtual, pois “nesta definição²⁰ está explícita a inserção da interatividade em um processo comunicativo que, na conversação, no diálogo, encontra forma privilegiada de manifestação”.

A virtualização dos processos comunicacionais redefine os relacionamentos nos espaços organizacionais (SCROFERNEKER, 2007), exigindo a reinterpretção e atualização de conceitos (BARICHELO, 2009). Talvez aí resida o desafio das instituições de educação superior quando da opção pela implantação de uma ouvidoria virtual (SCROFERNEKER, 2008): ter clareza conceitual (e não meramente instrumental) sobre o *lugar* de uma ouvidoria, principalmente da virtual.

Tais afirmações encontram respaldo no paradigma da complexidade, especialmente nos três princípios que lhe dão sustentação: o dialógico, o recursivo organizacional e o hologramático. Para Morin (2006, p. 74), “o princípio dialógico permite-nos manter a dualidade no seio da unidade. Associa dois termos ao mesmo tempo complementares e antagônicos”. O princípio da recursão organizacional implica considerar o processo recursivo, isto é, “um processo em que os produtos e os efeitos são ao mesmo tempo causas e produtores daquilo que os produziu”. Nessa ótica a opção pela ouvidoria virtual acha-se relacionada ao contexto de competitividade e diferenciação a que as organizações, e especialmente as instituições de educação superior, estão submetidas e das exigências de criarem vínculos com seus segmentos de públicos, *fidelizando-os* (grifo nosso), mas expondo-se às inúmeras possibilidades de não-atingimento das expectativas desses mesmos segmentos de públicos²¹.

Da ótica do princípio hologramático (MORIN, 2006) – que se vincula à ideia da recursividade organizacional e em parte à dialógica –, é possível *enxergar* a universidade como um todo, na sua ouvidoria virtual, que é parte dela. Por sua vez, a qualidade da interatividade evidenciada pela ouvidoria virtual como parte – rapidez nas informações e solução de problemas, texto personalizado, disponibilidade para *ouvir* – permite *enxergar* a universidade, que é o todo. Esse é outro aspecto importante, que as organizações, e especialmente as instituições de educação superior, necessitam considerar ao optarem pela implantação de ouvidoria virtual como espaço de interlocução, de diálogo e

20 Que, segundo Santaella (2004, p. 154), é “uma definição menos genérica e mais simplificada”.

21 Nesse sentido as campanhas publicitárias das instituições de ensino superior são reveladoras e oferecem inúmeros exemplos.

de relacionamento, de comunicação, enfim. Em outras palavras, não se trata apenas de uma ouvidoria, um Fale conosco, mas da própria instituição, que se mostra, se apresenta, se expõe.

Entende-se que os resultados apresentados evidenciam que as ouvidorias virtuais, em suas diferentes modalidades/nomenclaturas, estão sendo assumidas pelas instituições de educação superior, ao mesmo tempo em que revelam que tais ouvidorias ainda se constituem em um *não-lugar* em seus sites/portais. Talvez, a incompreensão ou mesmo o desconhecimento sobre as possibilidades e potencialidades desse canal de comunicação, alinhado à ausência de políticas e de planejamento de comunicação, bem como de profissionais da área, explique, mesmo que parcialmente, esses resultados.

REFERÊNCIAS

- ABO – Associação Brasileira de Ouvidores/Ombudsman. Portal www.abonacional.org.br. Acesso em: 07 maio 2007.
- AUGÉ, Marc. *Não-lugares: introdução a uma antropologia da supermodernidade*. Trad. de Maria Lucia Pereira. Campinas. São Paulo: Papyrus, 1994.
- BARICHELLO, Eugenia M. M. da Rocha. Apontamentos sobre as estratégias de comunicação mediadas por computador nas organizações contemporâneas. In: KUNSCH, Margarida M Krohling (Org.). *Comunicação organizacional*. Voi. 1. Histórico, fundamentos e processos. São Paulo: Saraiva, 2009.
- BUENO, Wilson da Costa. *Comunicação empresarial: teoria e pesquisa*. Barueri, SP: Manole, 2003.
- CARDOSO, Antonio S. Rito. Ouvidoria x mediação: reflexões sobre um conflito Disponível em: <www.abonacional.org.br>. Acesso em: 06 jun. 2008.
- CRUB – Conselho dos Reitores das Universidades Brasileiras. Disponível em: <www.crub.org.br>. Acesso em 09 de maio de 2007.
- DICTIONARY.COM. Disponível em: <www.diccionario.com>. Acesso em: 29 jun. 2008.
- DUARTE, Jorge. Entrevista em profundidade. In: DUARTE, Jorge; BARROS, Antonio (Org.). *Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação social*. 2ª ed. São Paulo: Atlas, 2005. p. 62-83.
- FARINA, Modesto. *Psicodinâmica das cores em comunicação*. 4. ed. São Paulo: Edgard Blücher, 2002.
- FNOU – Fórum Nacional de Ouvidores Universitários. Site <www.unisc.br/fnou>. Acesso em: 26 mar. 2010.
- FNOU – Fórum Nacional de Ouvidores Universitários. Site <www.unisc.br/fnou>. Acesso em: 08 out. 2008.
- GIL, A. Carlos. *Métodos e técnicas de pesquisa social*. 5. ed. São Paulo: Atlas, 1999.
- HADDAD, Fernando. Apresentação. In: ME – Ministério da Educação. Avaliação externa de instituições de educação superior. Diretrizes e instrumento. Brasília: Comissão Nacional de Avaliação da Educação Superior, Instituto de Estudos e Pesquisas Educacionais Anísio Teixeira, nov. 2005. Disponível em: <www.portal.mec.gov.br>. Acesso em: 20 dez. 2006.
- INEP. Site <http://www.inep.gov.br/superior/avaliacao_institucional/>. Acesso em: 01 dez. 2009.
- _____. Site <http://www.inep.gov.br/superior/avaliacao_institucional/>. Acesso em: 20 nov. 2008.
- _____. Site <http://www.inep.gov.br/superior/avaliacao_institucional/>. Acesso em: 13 jul. 2007.
- _____. Orientações gerais para o roteiro da autoavaliação das instituições. Disponível em: <http://www.inep.gov.br/download/superior/sinaes/orientacoes_sinaes.pdf,2004>. Acesso em: 20 dez. 2006.
- LYRA, Rubens O ouvidor universitário. Disponível em: <www.unisc.br/fnou/artigos>. Acesso em: 06 jun. 2008.
- ME – Ministério da Educação. Avaliação externa de instituições de educação superior. Diretrizes e instrumento. Brasília: Comissão Nacional de Avaliação da Educação Superior, Instituto de Estudos e Pesquisas Educacionais Anísio Teixeira, nov. 2005. Disponível em: <www.portal.mec.gov.br>. Acesso em: 20 dez. 2006.

- MORIN, Edgar. *Introdução ao pensamento complexo*. Trad. de Eliane Lisboa. Porto Alegre: Sulina, 2006.
- NIELSEN, Jakob; TAHIR, Marie. *Homepage: 50 websites desconstruídos*. Trad. de Teresa Cristina Felix de Sousa. Rio de Janeiro: Campus, 2002.
- PINTO, Odila de Lara. *Ombudsman nos bancos: agente de mudanças nas instituições bancárias*. São Paulo: Editora Musa, 1998.
- PRIMO, Alex. *Interação mediada por computador: comunicação, cibercultura, cognição*. Porto Alegre: Sulina, 2007.
- SANTAELLA, *Navegar no ciberespaço: o perfil cognitivo do leitor imersivo*. São Paulo: Paulus, 2004.
- SINAES – Sistema Nacional de Avaliação da Educação Superior. *Instrumento de avaliação institucional externa*. Brasília: Sinaes, put. 2008.
- SCROFERNEKER, Cleusa Maria Andrade. A interatividade (im)possível: as relações públicas e a gestão dos *blogs* organizacionais. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, XXX, Santos, SP, 2007. *Anais...* [CD-Rom]. Intercom: São Paulo, 2007. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2007/resumos/>>. Acesso em: 01 dez. 2009.
- _____. As ouvidorias virtuais em instituições de ensino superior. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, XXXI, Natal (RN), 2008. *Anais...* [CD-Rom]. São Paulo: Intercom, 2008. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2008/resumos/>>. Acesso em: dez. 2009.
- TISKI-FRANCKOWIAK, Irene T. *Homem, comunicação e cor*. 4. ed. São Paulo: Ícone, 2000.
- VIANA JÚNIOR, Humberto. *Ouvidoria geral da UNIFACS: o ombudsman nas instituições particulares de ensino superior*. Disponível em: <www.unisc.br/fnou/artigos>. Acesso em: 06 jun. 2008.
- VILANOVA, Fátima. *Ombudsman na universidade*. São Paulo: ABO, 1996. Disponível em: <www.abonacional.org.br>. Acesso em: 19 ago. 2008.

Recebido em: 29.12.2009 / Aceito em: 30.03.2010